

# Mardi 4 novembre

- Lecture du chapitre 1 du Mercator
- Recherche sur les sites de gestion de publication
- Recherche sur la stratégie de marque

## Chapitre 1 du Mercator :

Ce que j'ai compris :

- Le marketing est l'ensemble des actions qu'une entreprise fait pour donner envie aux gens d'acheter ses produits plutôt que ceux des concurrents. Elle cherche à donner une bonne image de son produit.
- La valeur perçue, c'est ce que le client pense recevoir par rapport à ce qu'il a dépensé pour l'obtenir.

## ICONOSQUARE

Compétences :

- Statistique avancée
- Rapport personnalisé
- Programmation rapide
- Collaboration fluide
- outils IA

Iconosquare peut :

- Créer des tableaux de bord
- Optimiser le moment pour publier
- Publier automatiquement
- Générer des idées de contenu et des légendes avec l'intelligence artificielle
- Soumettre les publications
- Créer un calendrier de contenu

Point négatif :

- Prix jugé élevé
- Présence de bugs et de retard dans les publications
- Certaines fonctionnalités sont manquantes ou moins performantes

## COSMIC DATA :

- publication personnalisée en masse
- modération centralisée des réseaux sociaux
- optimisé la visibilité
- maîtriser l'image de la marque
- assistant IA
- module d'analyse des commentaires

Point négatif :

- version gratuite très limitée
- certains outils sont complexes

## **STRATÉGIE DE MARQUE :**

Brand strategy ou branding en anglais

C'est un ensemble d'éléments comme des visuels, des caractéristiques qu'une entreprise veut montrer à son public avec ses produits ou services. Elle donne aussi les objectifs à atteindre et, de ce fait, donne la stratégie adaptée.

Elle nécessite une réflexion sur le qui, l'où, le quand, le pourquoi et le comment mais aussi sur le nom de la marque, le logo...

Il faut trouver les bonnes idées pour attirer le public idéal.

Elle doit être définie dès la création de l'entreprise pour mieux aider au lancement. Elle est modifiée et corrigée tout le long de sa vie.

Une fois bien mise en place, elle sert de guide pour la communication interne et externe.

La stratégie de marque est très importante car c'est l'ADN même d'une entreprise. Elle est tout aussi importante que le produit ou le service vendus. Elle raconte le storytelling marketing de l'entreprise et porte une vision de l'avenir.